

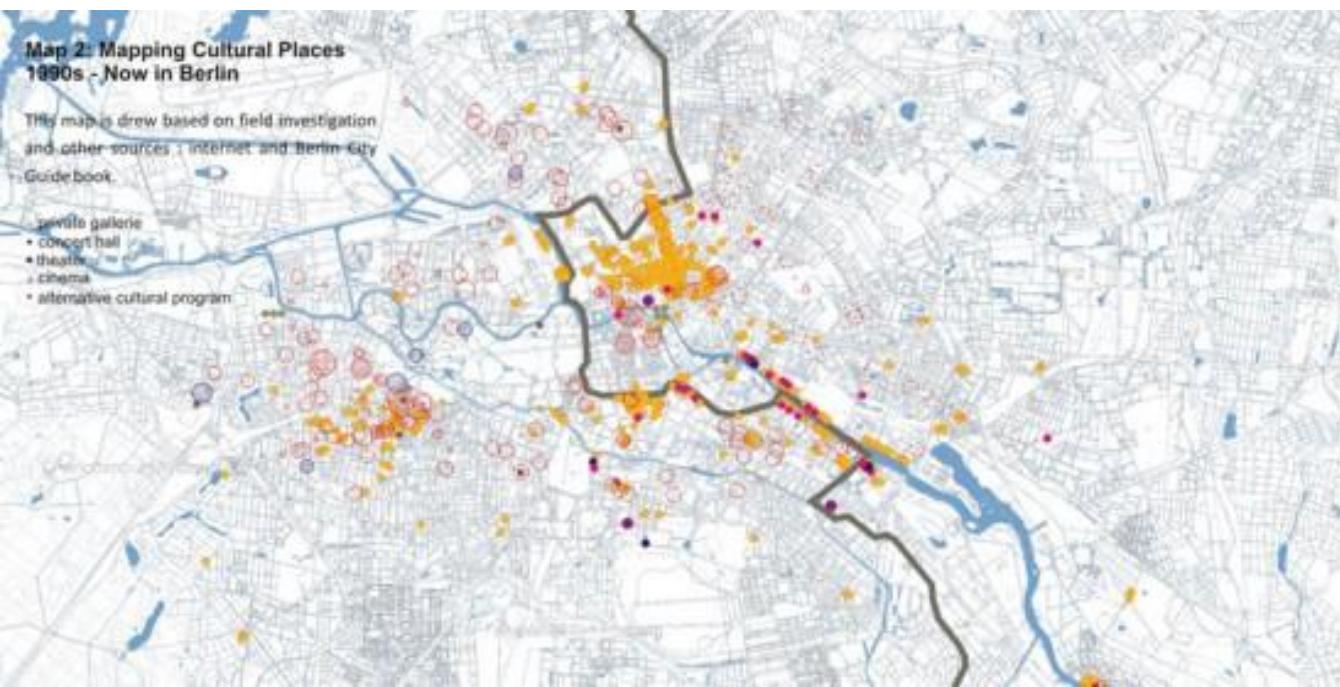
# Leisure Clusters

Greg Richards

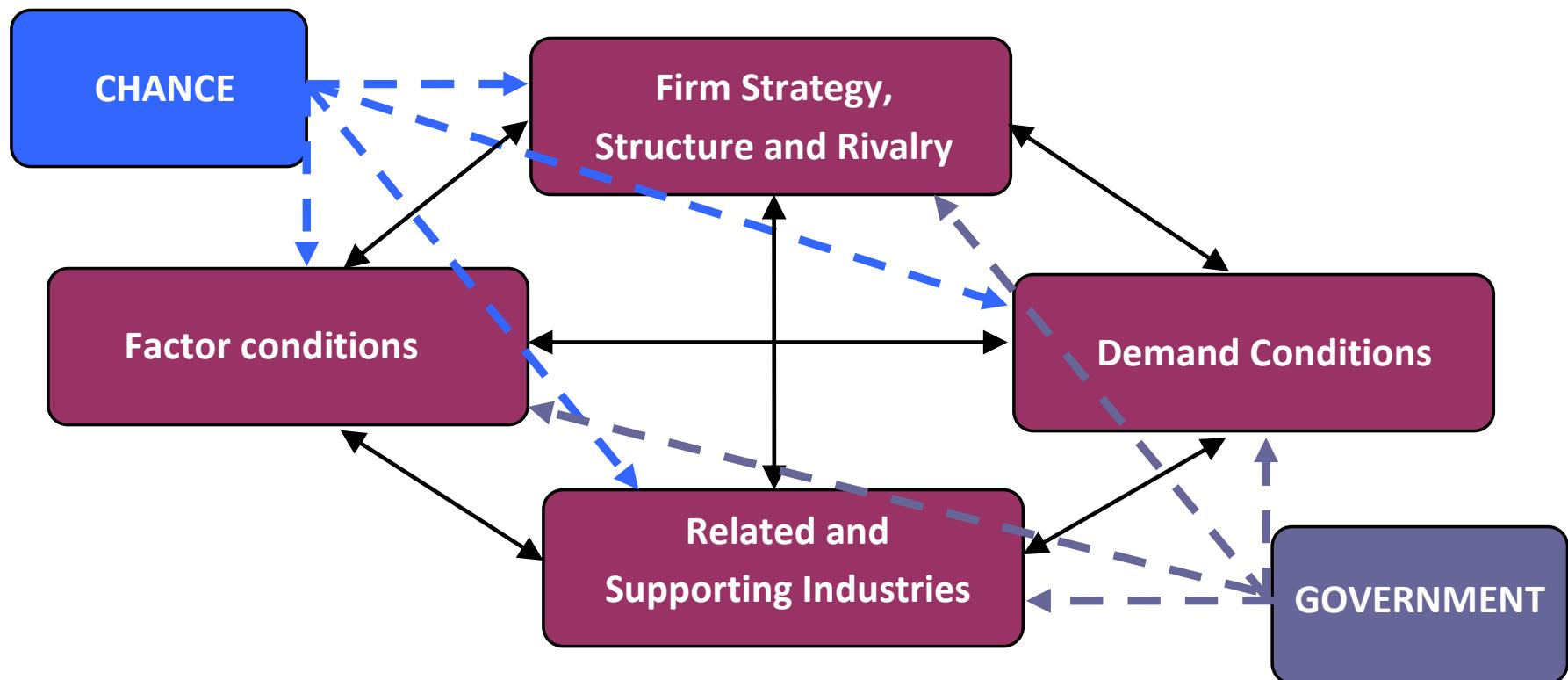


# The rise of clusters

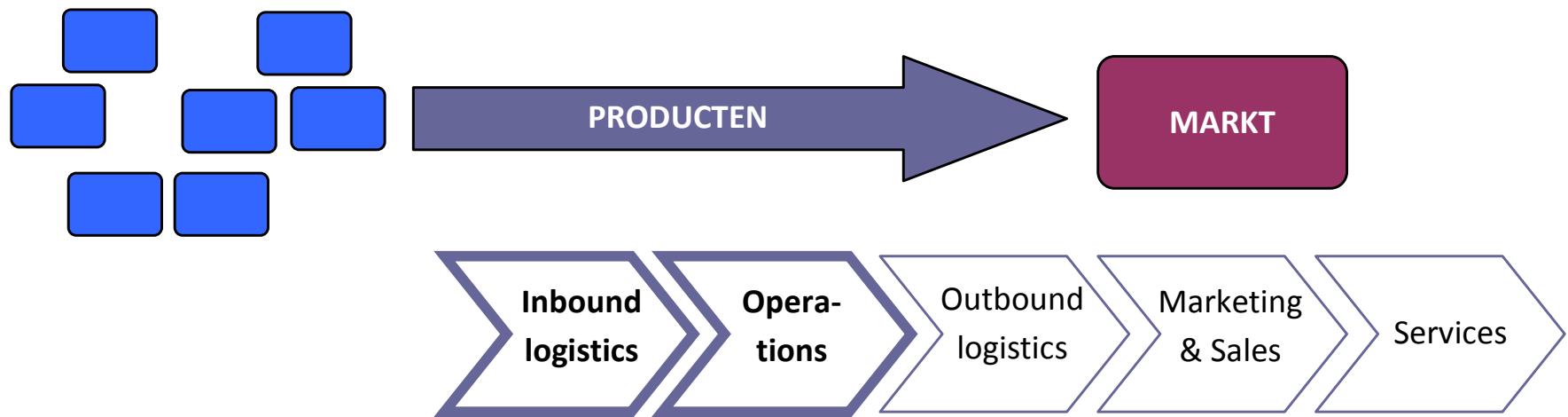
Place-based clusters  
Value chain clusters  
Knowledge spillover clusters



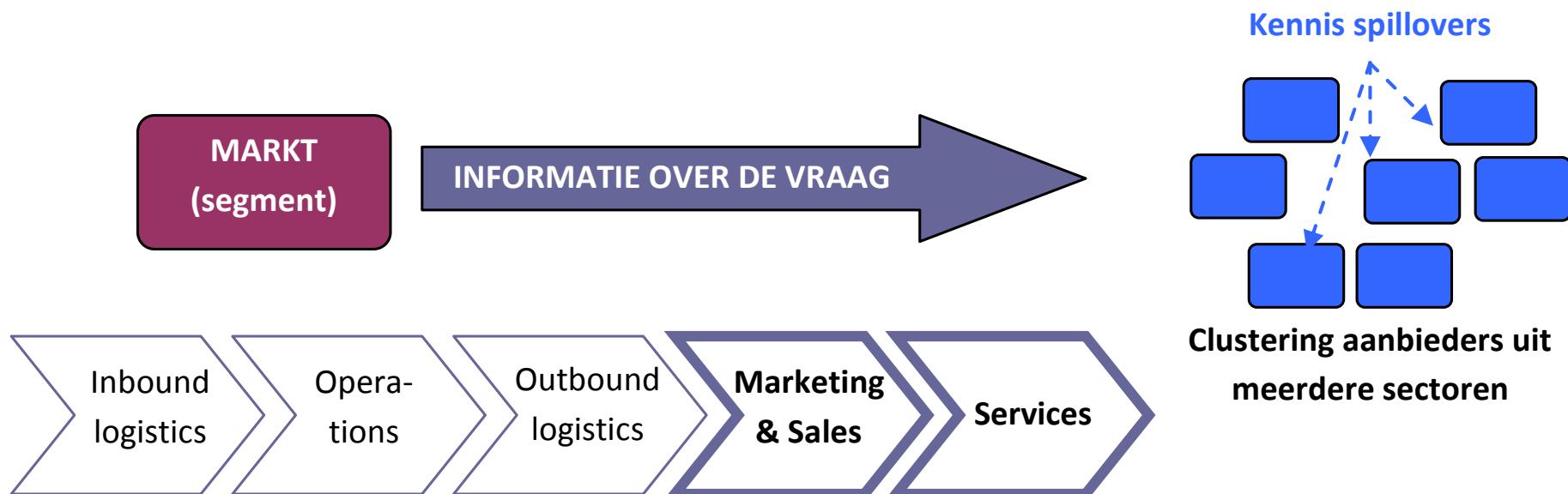
# Porter



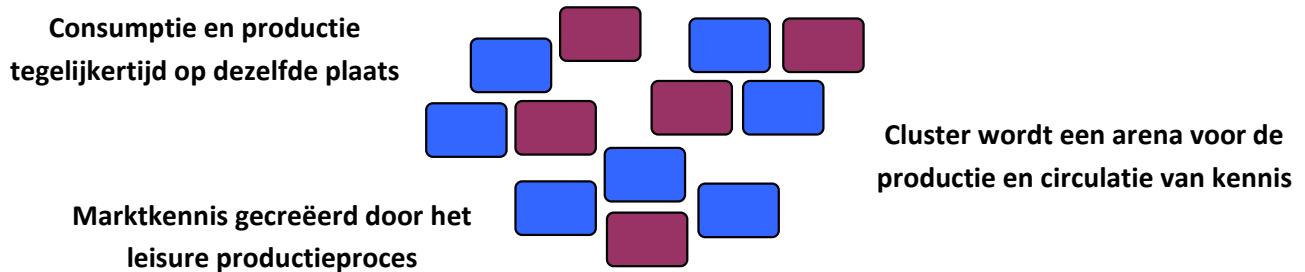
## MODEL 1: Klassiek industrieel cluster; productgedreven



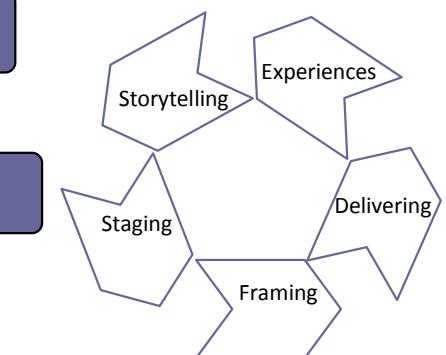
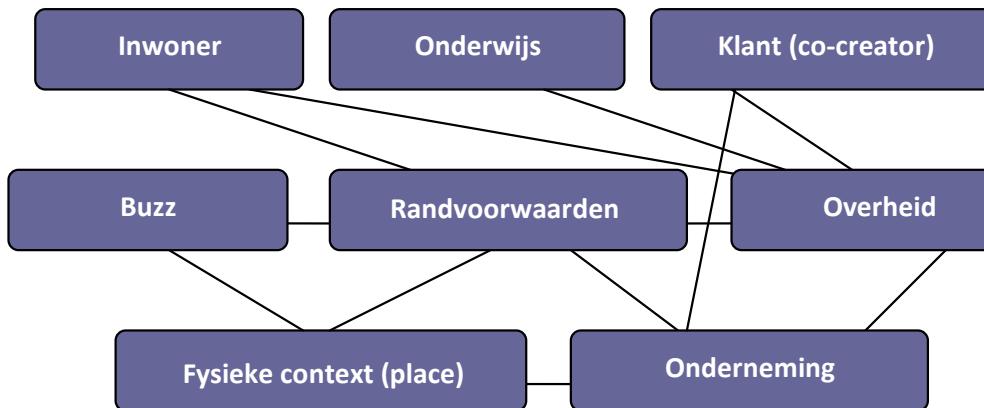
## MODEL 2: Modern industrieel cluster; marktgedreven



## MODEL 3: Postindustrieel leisure cluster; waardenetwerk



Van waardeketen naar waardenetwork\* en waardecyclus



\* De samenhang, en daarmee het netwerk tussen deelnemende actoren ziet er per cluster anders uit.

## *Definitie*

*Een leisure cluster bestaat uit een geografische concentratie van verschillende partners in de productie van leisure experiences. Deze partners betreffen Ondernemers, de Overheid en het Onderwijs (3 O's). Daarnaast neemt de consument een actieve rol in binnen het cluster omdat deze actief participeert in het productieproces. Leisure productie en consumptie vinden gelijktijdig plaats waardoor co-creatie wordt gestimuleerd en marktkennis wordt gegenereerd.*

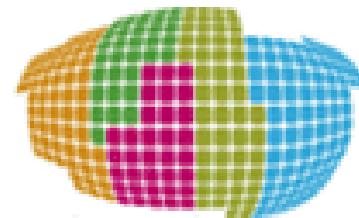
# Cases

- The Ruhr area, Germany
- Media Park & cluster in Hilversum, the Netherlands
- Zoetermeer, “the City of Leisure”, the Netherlands
- Paris Disneyland and the tourism cluster in Marne-la-Vallée, France

# Ruhrgebeit



Regionalverband Ruhr



Ein Unternehmen der Metropoleruhr

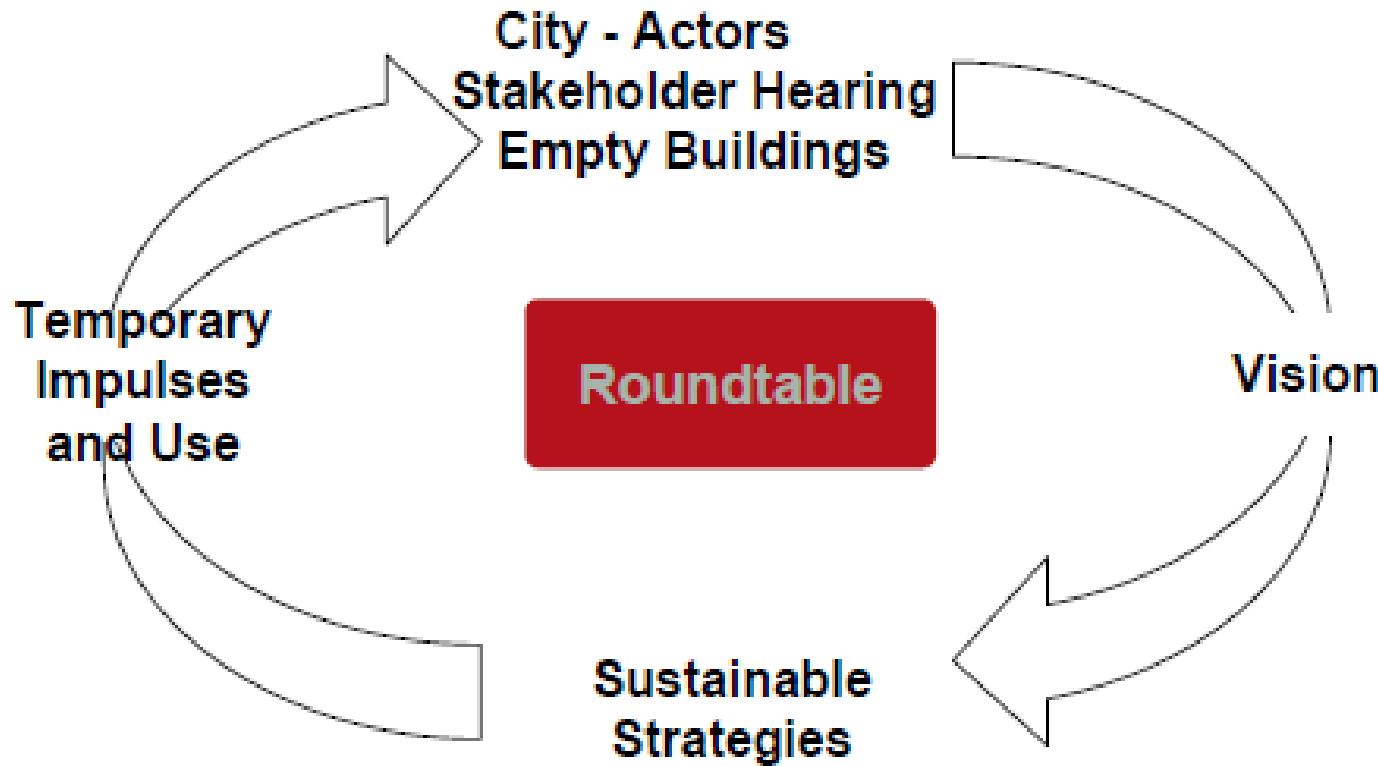


# Ruhr 2010

Ruhr 2010 adopted a strategy of looking beyond the individual city level. Instead of focussing on individual problem areas or regional hubs, Ruhr 2010 adopted an overall strategy, which focussed on the processes playing in the metropolitan region as a whole, and specifically at what could be achieved through collaboration.

Berndt Fesel

# Integrated Development Process



# New Analysis of Creative Economies (Games Theory)

- Markets for Club Goods
- Markets with Repitions
- Markets with Trust Goods I
- Markets of Team Production
- Fragmentation in Principle

Economies of Innovation => Market Success

Implications for Competition and Cooperation

# Hilversum Mediapark

# Media Park

Home

Media Park

Newsroom

## Bewoners

Te huur

## Events

## Contact



[Start virtuele tour](#)

wandering  
Media Park

Level 3.0

Het Media Park in Hilversum is de plek in Nederland waar kleine én grote, jonge én zeer ervaren bedrijven nieuwe vormen van crossmediaal werken verkennen.

[Lees meer](#)

## Bezoekers

Het Media Park ontvangt jaarlijks meer dan 500.000 bezoekers: voor Beeld en Geluid, voor de opname van een programma of voor een evenement. En natuurlijk om zaken te doen met de bedrijven die hier zijn gevestigd.

[Lees meer](#)

Bewoners

Hier vindt u informatie over de bewoners van het Media Park. Ook kunt u onze 'Gids voor bewoners' downloaden en meer informatie vinden over toegangspassen en parkeerkaarten.

 Lees meer

## Bereikbaarheid Media Park

Evenementlocaties  
Media Park

# er water en op het imanspad

**D**e auto wordt deze middag neergezet op het parkeerterrein bij Beeld en Geluid in Hilversum. Daar kleuren grote, volle kastanjeboom herfstig geel. We hebben een wandeling voor ogen die in ieder geval over het Mediapark gaat, omdat we nieuwsgierig zijn naar de nieuwe Bart de Graaffweg. Het straatnaambordje merkt de naam van de in 2002 overleden oprichter van BNN werd onlangs onthuld.

We volgen de hoofdroute tussen de studio's door richting de televisiestudio's die boven alles uitstijgt. Bij Studio 21 gaan we naar links en vervolgens door een draaieltje, niet geschikt voor rolstoelen en andere wielen dus.

Via een trapje naar beneden gaan we weer linksaf, de bebouwing onderdoor en zoeken we de doorgaande weg op. Daar, aan onze rechterhand zien we het bord: Bart de Graaffweg. Je moet nog goed opletten, wil je het niet missen. Wij wandelen iets terug naar de waterpartij en vervolgen de route naar rechts over de vijver. Zo open we opnieuw richting televisiestudio's.

In de berm staan bijenkasten, links achter het zandhekkje licht weiland op. Het pad slingert naar beneden, de weg over en de bosjes in. Het is een merkwaardig reepje cultuurlandschap waarin we struinen, met aan onze rechterhand de studio's.

We wandelen nu wat hoger en beneden ons

bomen door, voor ons dwarrelen herfstblaadjes zacht en stil naar beneden.

In het open veld dat we naderen liggen blonde Charlois koelen in het gras. Middenin het veld staat een eenzame Douglaspar. Daaronder wat plukjes uitgebloeide heide.

We rollen met onze schoenen over denenappels en dalen via het Heimanspad af naar het kantoor van het Gooisch Natuur Reservaat. Over de zwerfkeien die onderwijzer en natuurliefhebber Ell Heimans in het gebied verzamelde en die nu langs het pad zijn gelegd,

schreef hij in her Geologieboekje uit 1993:

"Het afschuwend ijz

van de gletsjer neemt op zijn rug de brokken



# Garden your assets

## TCN, surprising places

### What we do

TCN creates surprising places to meet, work, shop, trade and educate. We do this primarily by redeveloping existing buildings and areas.

[Read more](#)

### Why we do it

We believe that there will always be a need for people to meet. We think that functional, comfortable and safe environments are the primary conditions for the development of communities.

[Read more](#)

### How we do it

We acquire real estate and transform it to meet our (future) customers' needs. We create surprising places by applying our portfolio of a limited number of well tested products.

[Read more](#)[Home](#)[About TCN](#)[Our projects](#)[Our track record](#)[Founder portal](#)

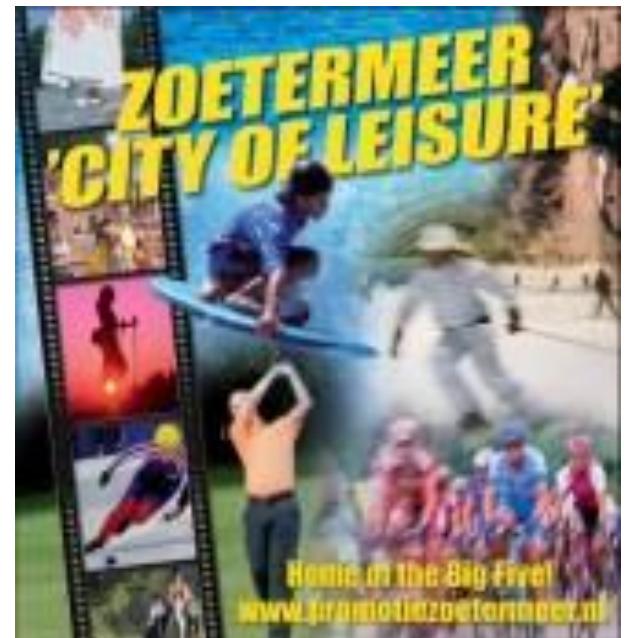
# Zoetermeer “the City of Leisure”

## **Big 5 leisure attractions**

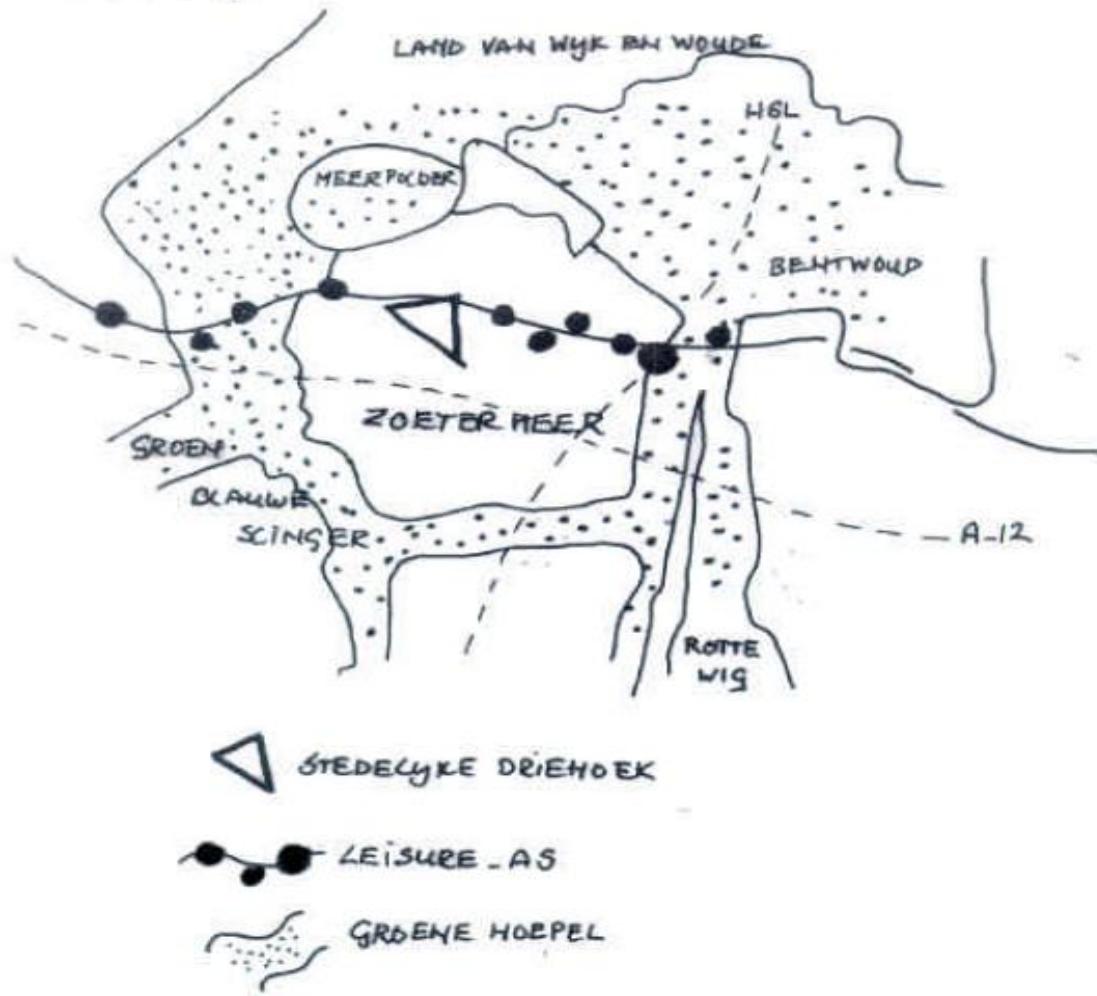
- SnowWorld: indoor ski facilities
- BurgGolf Zoetermeer: golf
- AyersRock: event centre of diverse outdoor activities, climbing hall etc.
- Dutch Water Dreams: wild water sport complex (on the level of Olympic games)
- PWA Silverdome: ice sport and a multifunctional entertainment centre

# Cluster driving forces

- *“It is not a cluster created from scratch in a top-down way: we had those local leisure enterprises and facilities which provided the inducement for policy making”.*
- Location – Randstad
- Space
- Supportive local authority



## RUIMTELYKE HOOFDSTRUCTUUR



# Leisure axis

*"The more such enterprises, attracting a large public, there are in Zoetermeer, the more attractive it will become to choose this city to start a new leisure facility"*

# Organisation

- Full-time project leader
- Fund for leisure development
- KIZ (Foundation Knowledge economy and Innovation Zoetermeer)
- Foundation Floravontuur Promotie

# Disneyland Paris

- Disneyland/ Marne la Vallée Tourism Cluster
- 6% of tourism earnings in France
- New town founded in 1960s
- Need to attract new businesses, diversify the economy

# Top down clustering

- Government planning and finance
- Deal between Disney and French Government
- Disney attracted by large market and infrastructure provision (TGV, motorways)



# Vragen

- Zijn dit goede voorbeelden?
- Zijn er andere ‘leisure clusters’ in Nederland?
- How zouden wij vorm kunnen geven aan nieuwe leisure clusters?

# Critical success factors for leisure clusters

- *Enabling role of the public sector*
- *Enterprising businesses*
- *Knowledge development and transfer*
- *Collaboration*
- *Stimulating innovation*
- *Balance of power*
- *Ambition level*
- *Long-term thinking*
- *Moving from a passive to a dynamic cluster*

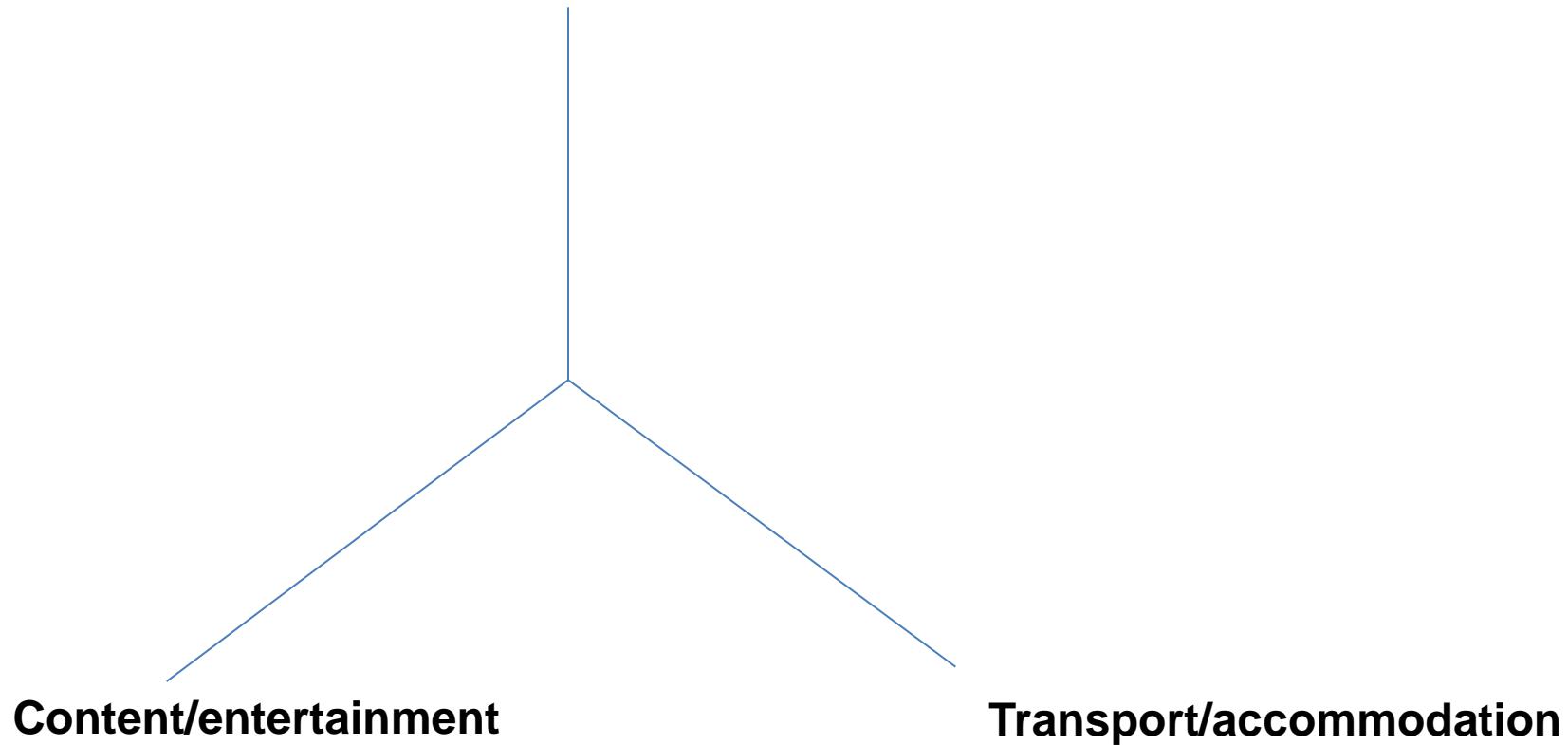
# Leisure cluster in Brabant?



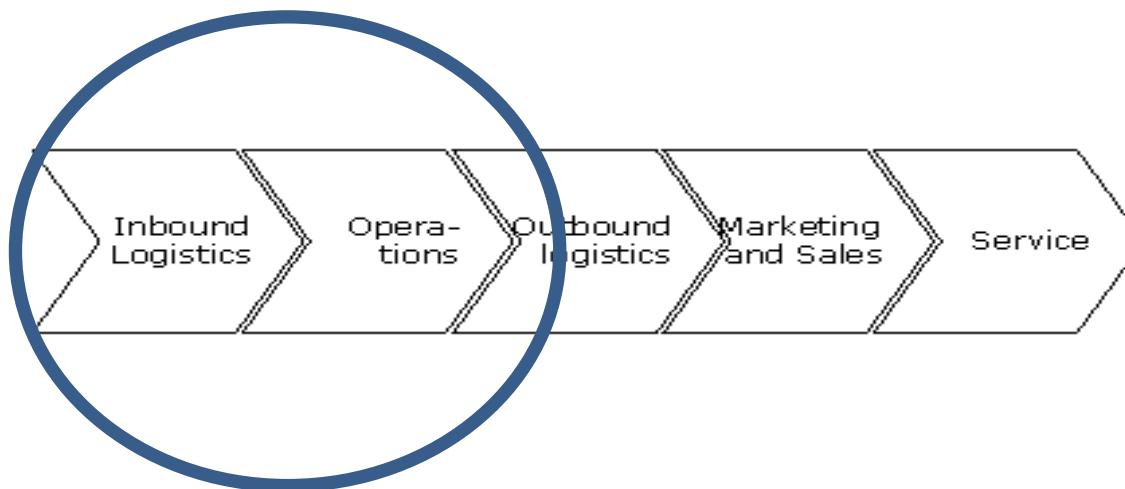
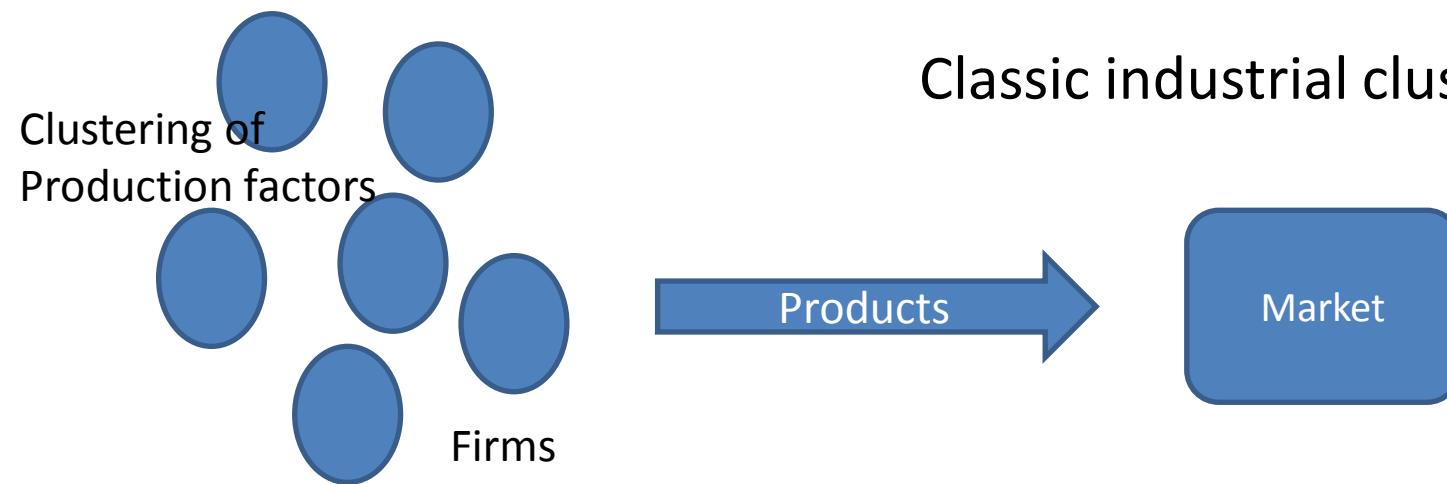


# **Cluster focus**

**experiences**

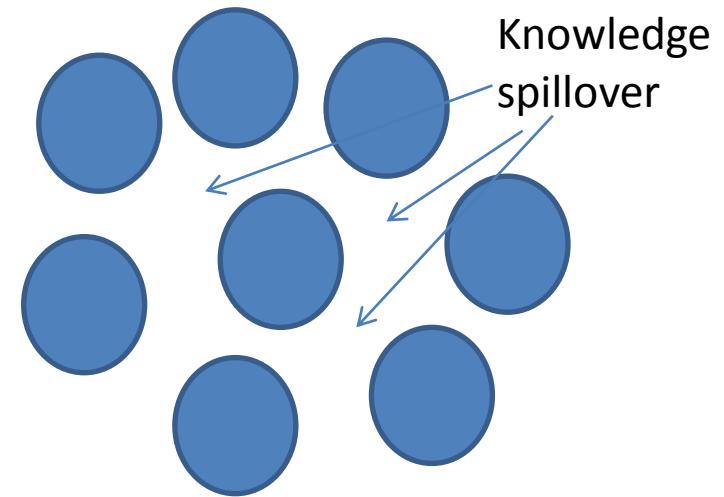


## Classic industrial cluster

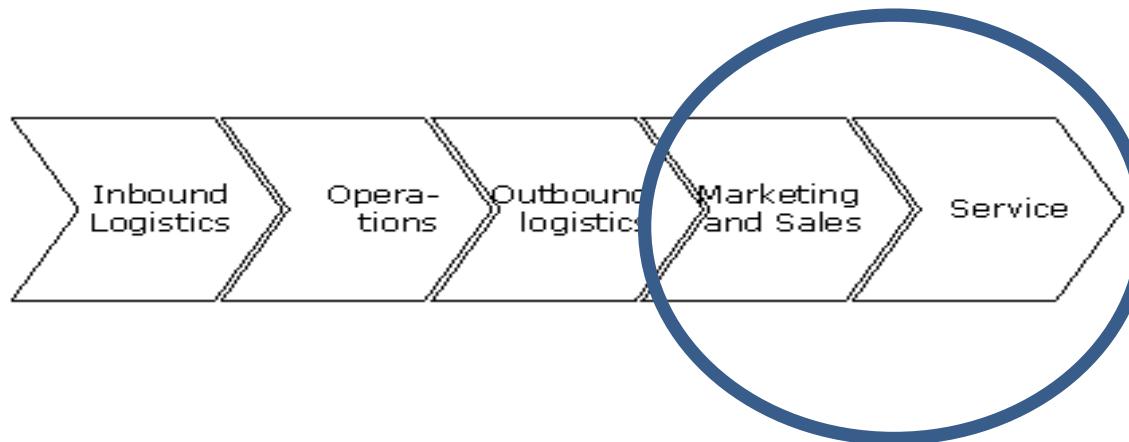


Concentration on the production fases of the value chain

# Market driven cluster



Cluster of producers from different sectors

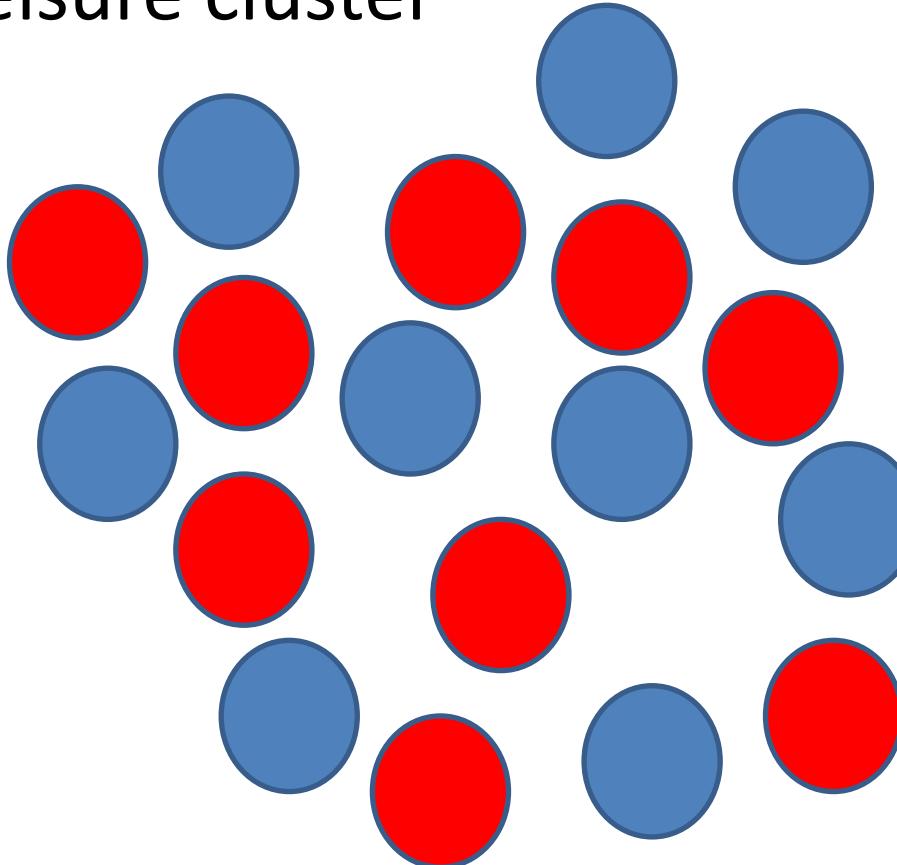


Concentration on the consumption phases of the value chain

# Leisure cluster

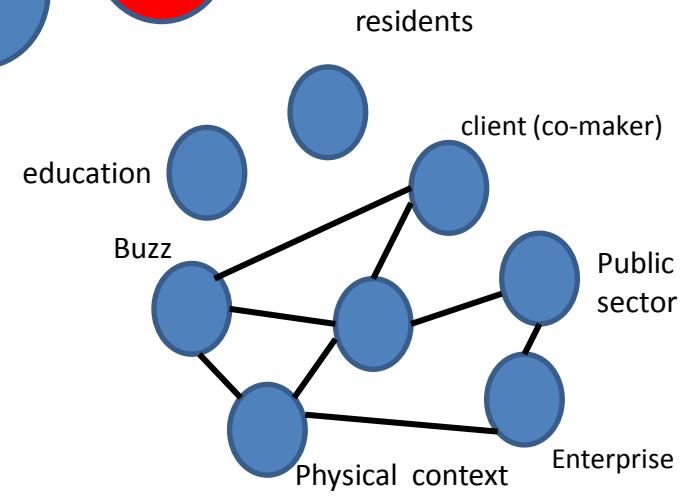
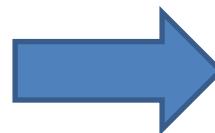
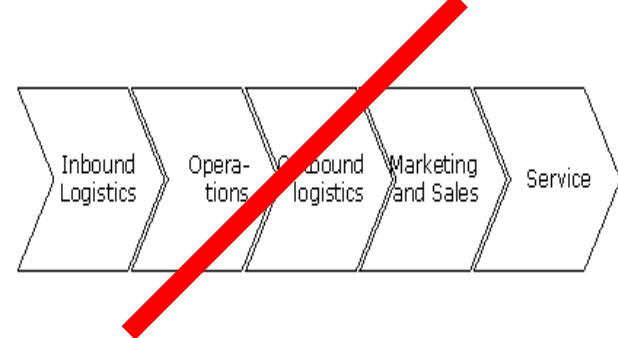
Consumption and production in the same time and place

Market knowledge created through the leisure experience production process



Cluster becomes the arena for knowledge production and circulation

From value chain to value network



# Research questions

- How do leisure clusters arise?
- What is the composition of the leisure cluster
- What determines the existence of the cluster?
- To what extent is the cluster centrally organised and managed?

# Definition

*A leisure cluster is a geographical concentration of diverse actors collaborating in the production of leisure experiences. These actors refer to entrepreneurs, governments and education/knowledge institutions (the triple helix).*

*In addition, the consumer takes an active role within the cluster as he/she actively participates in the production process. Leisure experience production and consumption take place at the same time through which co-creation is stimulated and market-knowledge generated (Boom & Richards, 2011).*

# Recommendations for Midden Brabant

- Creating the right mix of leisure experiences
- Moving from a passive to a dynamic leisure environment
- Broadening the vision
- Synchronising agendas